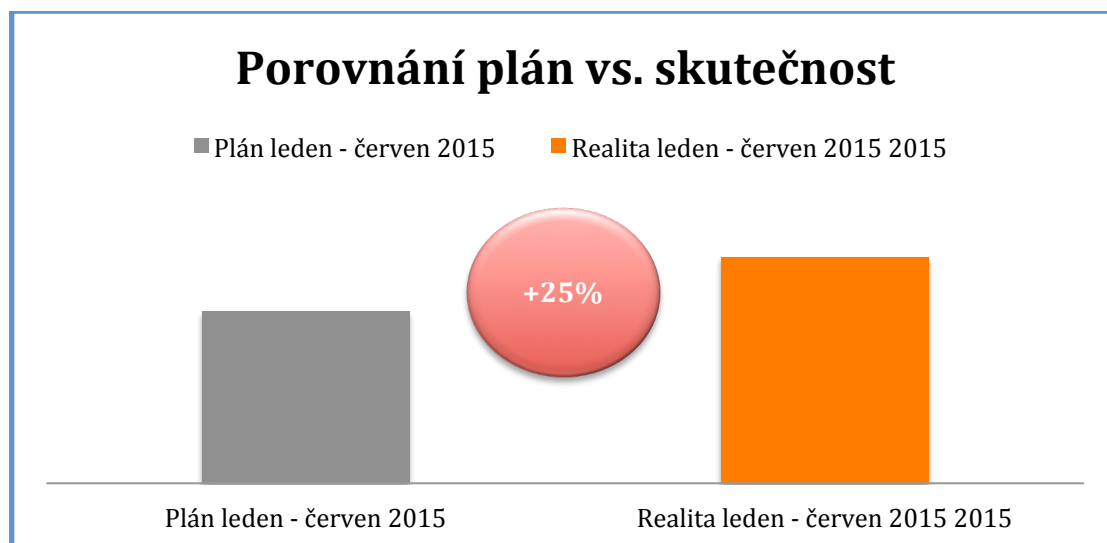


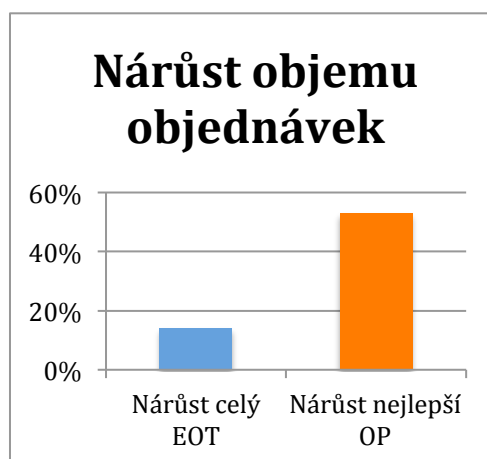
Smyslem vzniku projektu byla potřeba objednatele **navýšit obraty** dobrovolně přihlášených Obchodních poradců VLTAVA-LABE-PRESS,a.s. regionu Plzeňského kraje v období leden – červen 2015 za pomoci **kontinuálního transformačního výcviku**, který zajistí aplikaci nově získaných dovedností rovnou do praxe. Jako synergický efekt celého projektu bylo vnímáno podpoření **týmové spolupráce** jak na úrovni nově vzniklých týmů v jednotlivých redakcích, tak i vytvoření platformy pro sdílení nápadů a zkušeností napříč redakcemi.

Jednou z klíčových souvislostí a potenciálních překážek je fakt, že **celý trh** tištěných médií ve sledovaném období **klesal** v průměru o **7%** (zdroj ABC ČR).

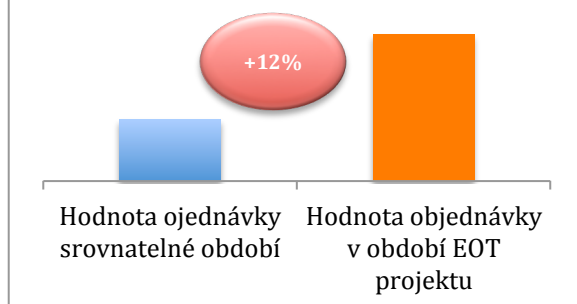
Přesto bylo dosaženo **25% nárůstu obratu** nad obchodní plán!



Dalším sledovaným klíčovým parametrem bylo **navýšení počtu objednávek** ve sledovaném období, a to jak u celého Elitního obchodního týmu, tak u jednotlivců. S tím byl spojen i další klíčový úkol, naučit část týmu začít obchodovat nové, cenově výrazně vyšší produkty a navíc zcela jiné cílové skupině. Díky aktivnímu využívání metod a nástrojů NLP, prožitkovému prodeji, pregnantně vypilovanému call scriptu a to vše provázáno s kontinuálním zlepšováním z postupů KAIZEN, dosáhl jeden z původně podprůměrných obchodních poradců **výsledného nárůstu 54%**.



Porovnání hodnoty průměrné objednávky



Ke kýženému **25% nárůstu** obratu však vedla cesta nejen přes navýšení počtu objednávek, ale také přes ve výsledku projevilo průměrným **zvýšením objemu objednávky** o více jak **12%**. Z pohledu zákazníka bylo nutné najít nové a výrazně efektivnější formy jeho podpory tak, aby bylo možné vyhodnotit reálný přínos dané investice.

Jako jeden z klíčových faktorů pro budoucí využívání získaných metod a nástrojů si společnost uvědomuje fakt, že do druhé poloviny projektu byl přizván i manažer celé skupiny tak, aby se pod supervizí specialistů z BCF s.r.o. naučil se svými lidmi pracovat stejně, jako v průběhu celého projektu.

Informace o nejužitečnějších oblastech pomoci účastníkům a jejich definici přínosu projektu

Nejdůležitější je však pohled **konkrétních účastníků** na reálný přínos celého projektu pro jejich práci a dosahování nadprůměrných výsledků. Níže definovaný seznam nově používaných nástrojů, postupů, oblastí a technik, které si díky projektu osvojili a začali využívat, je jen určitým extraktem těch nejčastěji se opakujících. Detailní výčet 4 nejdůležitějších oblastí je možné najít jmenovitě v závěrečném testu účastníků programu EOT:

- *Telefonování*
- *Efektivní mailing*
- *Práce s časem*
- *Zvládání námitek*
- *Typologie*
- *Otázkoligie*
- *Struktura vedení jednání – užitek*
- *Jak získat zákazníky*
- *Lepší spolupráce mezi kolegy*
- *Vyšší výkon a odměny*
- *Nový pohled na reálné možnosti uzavření obchodu*
- *Přemýšlím víc o roli OP – více jak o poradci*

Jedná se o změnu náhledu kolegů na sebe navzájem, na jejich přístup k řešení problémů, kdy sami hodnotili, že vnímají významný posun ostatních od pesimistického: „Ono to nejde“ k „**Nějak to půjde**“...